

2. Зуев М., Маурус П., Прокофьев А., Райцин М., Храмов Е. Интернет-маркетинг 3.0: нет русской рулетке! - СПб.: Питер, 2011. - 208 с.
3. Комплексный интернет маркетинг [Электронный ресурс] — Режим доступа. - URL: <http://www.prcomm-spb.ru/internet-marketing.html> (дата обращения 21.11.2015).
4. Контекстная реклама. [Электронный ресурс] - Режим доступа. - URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%D0%BD%D0%B0%D1%8F\\_%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D0%B0](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D0%B0)(дата обращения 25.11.2015).
5. Продвижение промышленной продукции в интернете [Электронный ресурс] - Режим доступа. -URL: [http://www.umpro.ru/index.php?page\\_id=17&art\\_id\\_1=201&group\\_id\\_4=72](http://www.umpro.ru/index.php?page_id=17&art_id_1=201&group_id_4=72) (дата обращения 20.11.2015).
6. Успенский И.В. Интернет-маркетинг.- СПб.: СПГУЭиФ, 2003.- 197 с.
7. Холмогоров В., Интернет-маркетинг. Краткий курс. - СПб.: Питер 2002. -272 с

## РАЗВИТИЕ РОССИЙСКОГО ФРАНЧАЙЗИНГА В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

*А.А. Колесова, Г.О. Фангманн*

*(г. Томск, Томский политехнический университет)*

## DEVELOPMENT OF RUSSIAN FRANCHISE IN INFORMATION TECHNOLOGY

*A.A. Kolesova, G.O.Fangmann*

*(Tomsk, Tomsk Polytechnic University)*

The article describes the features of the development of franchising in information technology in Russia. Franchising has a number of advantages and it is a perspective form of interaction between small and large businesses. Successful example of active distribution of the Russian franchising in information technology is the "1C" company.

Key words: franchising, development, information technology, EPR-system, State franchise.

Мировая практика доказала, что франчайзинг является одним из эффективных способов развития бизнеса. Франчайзинг – это система взаимоотношений, которая заключается в возмездной передаче одной стороной (франчайзером) другой стороне (франчайзи) товарного знака, технологии и другой коммерческой информации, использование которой будет способствовать росту франчайзи и надежному закреплению на рынке[1].

В настоящее время в России наблюдается франчайзинговый бум, который предоставляет хорошие возможности как российским, так и иностранным компаниям. Из 600 франчайзинговых систем в России, присутствующих на рынке, 66% - российские, а 34% - американские и европейские. Сегодня в России функционирует более 2000 франчайзеров – производителей товаров и услуг, и около 12000 франчайзи, которые обладают правом использования бренда[2]. Рейтинг российских франшиз 2015 года, представленный на сайте [franch.biz](http://franch.biz), отражен в таблице ниже.

Таблица 1 - Рейтинг российских франшиз, 2015 год

Место	Компания	Направление
1	«33 пингвина»	Кафе и рестораны
2	«SubWay»	Кафе и рестораны

3	«INVITRO»	Спорт, здоровье, красота
8	2ГИС	ИТ и интернет
12	«1С: Франчайзинг»	ИТ и интернет

Успешным примером активного распространения российских информационных технологий с помощью франчайзинга является компания «1С». Российская фирма «1С» основана в 1991 году и специализируется на разработке, дистрибьюции, издании и поддержке компьютерных программ делового и домашнего назначения. «1С: Франчайзинг» - это около 6500 предприятий, сертифицированных фирмой «1С» на оказание комплексных услуг по автоматизации на базе программных продуктов «1С» управления и учета на предприятиях.

В настоящее время компания «1С» занимает более чем треть российского рынка ERP- систем. Такие быстрые темпы роста говорят об огромном потенциале фирмы. Необычность партнерской сети состоит в том, что она построена по принципу франчайзинга, чего не практикуют ведущие мировые производители ERP- систем. Партнеры «1С» платят только за лицензию, а выручку забирают себе, то есть зарабатывают больше, чем партнеры крупных иностранных игроков.

Но сегодня компания «1С» заметно отстает от ее западных конкурентов. Рассмотрим самого главного конкурента – SAP (Systems, Applications and Products in Data Processing). Доля компании на российском рынке составляет 50%. Фирма отличается высоким уровнем безопасности программного обеспечения. Более того, русский язык – один из основных языков локализации программных продуктов SAP. Клиентами SAP являются крупнейшие компании России: Газпром, Лукойл, Роснефть, РЖД, Сбербанк России, Сургутнефтегаз и другие. И на этом фирма не останавливается. В Москве созданы информационно - сервисные центры, а также в 2011 году в иннограде «Сколково» начала работу Sap-Lab- инновационная лаборатория высоких технологий SAP.

Методики «1С» все – же предназначены только для российского бизнеса, и, стоит предположить, что за границей информационные системы автоматизации бизнес-процессов данной фирмы не будут пользоваться популярностью. Именно поэтому главными потребителями продуктов «1С» на мировом рынке может выступать малый бизнес, которому не целесообразно устанавливать более сложные программы этой сферы рынка.

Для развития франчайзинга в России определенный интерес представляют предложения по включению в правительственную программу поддержки малого предпринимательства системы развития франчайзинга[3]. Одной из последних разработок «Ассоциации молодых предпринимателей России» стала концепция «Госфранчайзинг». Главная цель - выстраивание партнерских отношений между государством и частным бизнесом. В рамках «Госфранчайзинга» предлагается объединить систему поддержки МСП и программы по развитию экономики и инфраструктуры с применением идеи франчайзинга. Использование технологий франчайзинга позволит привлечь или создать для решения масштабных задач необходимое число исполнителей – малых и средних компаний, действующих по единым стандартам. По предположениям участников «Ассоциации молодых предпринимателей России», государство будет выдавать франшизу на открытие бизнеса в той сфере, которая требует особенной поддержки в конкретном регионе. Другими словами, государство будет делегировать частным лицам задачу по развитию той или иной сферы экономики[4]. Осуществление предлагаемой концепции «Госфранчайзинг» позволит увеличить долю малого и среднего бизнеса в ВВП страны, и в тех отраслях, в которых заинтересовано и государство, и общество. Немало важным является и тот факт, что реализация данной идеи позволит государственным программам развития быть более эффективными и прозрачными.

В целом, мы убедились в том, что франчайзинг в сфере информационных продуктов является важным инструментом развития экономики. Он открывает значительные возможности не только для создания новых продуктов, новых исследований, но и для решения многих социально – экономических проблем. Франчайзинг усиливает высокотехнологичные сферы. А, как мы успели понять, если эти сферы развиваются, то развивается и экономика страны в целом.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Андроненкова А.В. Франчайзинг как форма организации бизнеса [Электронный доступ] –URL: <http://npmaf.com> (дата обращения: 16.02.15)
2. Материалы сайта Каталог франшиз России – [Электронный доступ] – URL: <http://www.franch.biz/> (дата обращения: 16.02.14г.)
3. Материалы сайта Российская Ассоциация Франчайзинга – [Электронный доступ] – URL: <http://ru.rusfranch.ru/> (дата обращения: 16.02.16г.)
4. Материалы сайта Госфранчайзинг – [Электронный доступ] – URL: [gosfranchayzing.ru](http://gosfranchayzing.ru) (дата обращения: 19.02.14г.)

#### МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ «ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ LMS MOODLE В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ»

*А.В. Шляхта, Ю.И. Шулинина, Н.В. Потехина  
(г. Томск, Томский политехнический университет)*

#### MARKETING RESEARCH «APPLYING TECHNOLOGY LMS MOODLE IN EDUCATIONAL PROCESS»

*A.V. Shlyakhta, Y.I. Shulinina, N.V. Potekhina  
(Tomsk, Tomsk Polytechnic University)*

In this work was carried out market research among students of department of management. The main purpose is finding the feasibility of using LMS Moodle in educational process. The research method is survey. Also preferences of students were identified, as well as their requests to the system.

Keywords: LMS Moodle, survey, educational process

Переход к информационному обществу требует изменений в образовательном процессе. Для подготовки специалистов с высшим профессиональным образованием необходимо применять технологии, способствующие развитию системного мышления, самостоятельности в обучении, творческой активности. Одним из перспективных инструментов является электронная среда LMS Moodle, которая была разработана австралийцем Мартином Дугиамасом в 2002 году. Данная система является открытым ресурсом, распространяемым по лицензии GNU GPL. Эта система широко распространена во всем мире, ей пользуются более 83 млн. человек, при этом Россия замыкает топ 10 стран по количеству зарегистрированных сайтов [1]. Начиная с 2011 года LMS Moodle используется в Национальном исследовательском Томском политехническом университете в рамках организации электронной обучающей среды по отдельным дисциплинам.

В целях выявления необходимости использования технологии LMS MOODLE в учебном процессе был проведен опрос студентов кафедры менеджмента путем анкетирования. Анкета является самым распространенным способом проведения опроса. Методика составления анкет приведена во многих учебниках российских и зарубежных авторов [2,3]. Анкета содержала 10 вопросов, из которых 8 закрытого типа